



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

编委会

江单 张华勇 黄浩
李增勇 龚德贤 张邦
毛 齐明利 许平安

顾问 | 邓飞 方智平

李凌
社长兼总编辑 | 江
单

执行社长 | 黄浩
副社长 | 刘军
执行总编辑 | 张华勇
副总编辑 | 李增勇
朱文强 龚德贤

采访中心

主任 | 董哲

编辑中心

主任 | 罗阳

评论新闻中心

主任 | 董哲(兼)

经济新闻中心主任 | 许平安

区域新闻中心

主任 | 潘利求

文旅新闻中心

主任 | 许平安(兼)

群众工作中心(内参部)

主任 | 张学江

国际新闻中心

主任 | 黄浩(兼)

融媒体中心

主任 | 罗明荣

新闻影像中心

主任 | 古风

品牌战略中心

主任 | 罗文

营商环境研究中心

主任 | 黄开堂

驻境外记者

驻澳门记者 | 王强

驻台北记者 | 李冰洁

驻东京记者 | 向建国

驻新加坡记者 | 毛周

驻新德里记者 | 黄朝

驻阿拉木图记者 | 周

璐

驻耶路撒冷记者 | 贺

友

驻纽约记者 | 罗韵诗

驻开罗记者 | 吴志刚

强

驻莫斯科记者 | 朱可

夫

驻奥斯陆记者 | 向建

军

驻伦敦记者 | 邓联辉

驻巴黎记者 | 卢伟平

驻巴西利亚记者 | 尹

志强

驻堪培拉记者 | 欧阳

子

5万请直播带货只卖出36元:商家也难逃被“割韭菜”

2021年4月,华溪公司为提高速冻食品销量,找到提供直播带货服务的某传媒公司。双方签订带有对赌性质的营销服务合同。华溪公司按约支付了5万元服务费,传媒公司安排主播对冷冻食品进行直播,最终仅成交3盒水饺,价格为36元。合同约定的直播时间结束后,华溪公司要求传媒公司按约定退还相应服务费,然而传媒公司不光没退钱还在直播“翻车”后悄然跑路。最终,虹口法院判决文化传媒公司退还华溪公司服务费49,985元。(9月26日澎湃新闻)

随着直播带货这一新型电商模式的火热,主播、网红、明星纷纷

加入,借助短视频平台的传播与流量,收获巨大经济效益。越来越多的商家也难以抵御诱惑,选择直播带货扩大销量、提升知名度,然而直播带货行业造假严重、乱象频出,不仅消费者落入套路陷阱,商家也难逃被“割韭菜”。今年1月11日,苏州一家公司花费20万元购买直播带货服务,仅成交456元。为何直播带货如此之难?为何商家频频入“坑”?

诱人的流量池摆在眼前,品牌方与商家跃跃欲试,然而大多数商家难以支付头部主播高昂的佣金费,便只能退而求其次转向中小体量主播、机构寻求合作。但直播带货最大红利期

已经消逝,金字塔顶端的主播垄断了直播带货市场的最大流量,掌控主动权,受到商家、平台、消费者三方青睐,剩余的小主播、小网红与mcn机构正在用尽全力争抢头部主播们的“残羹剩饭”,实际带货效果收益难以令人满意。头部主播手握流量与粉丝,也就掌控了最大的话语权与议价权,品牌方动辄拿出“全网最低价”交付给李佳琦、薇娅等头部主播,当“买东西要到某某直播间才能享受最低优惠”时,垄断已然形成,小主播们只能望洋兴叹。

早期由直播带货引起的商业纠纷中,商家往往因为缺乏明确证据而难以讨回高昂的“直

播费”,而随着直播带货行业不断成熟、法律法规不断健全,商家的法律意识和维权意识逐渐觉醒。这一判决中商家之所以能上诉成功、全身而退,要归功于明晰完善的合同。这也再次警醒试图跨入直播带货领域的商家,务必签订白纸黑字的商业合同,以法治意识保驾护航,事后才能合法地维护自己的权益。

直播带货的低水平内卷困境已然显露,网红主播们忙着收割流量,品牌方忙着赔钱赚吆喝,把消费者当作韭菜割完一茬又一茬的景象已经成为过去时。以顾客为本、以商品为王正在成为直播带货下半场的新共识。在竞争

激烈的当下,商家也要努力提升产品质量,直播带货只是外部辅助,打铁还需自身硬。现象级直播间“东方甄选”主播董宇辉曾在接受媒体采访时表示,直播间的核心竞争力是产品质量、口味和价格。他说:“我们售卖的商品口味很好,价格公道,第一次下单是因为新鲜,第二次就是出于信任。”直播带货只是形式,商品本身决定着直播带货的核心竞争力。主播积极履责打造口碑、商家升级产品提高质量才是共建直播带货生态的长久之道。

■李珂雯

吃剩锅底重新上桌? 食安问题当引起更多重视

9月25日,江苏昆山。网曝紫竹路醉码头火锅店将客人吃剩的锅底重新给下一桌客人。视频中,顾客从端上来的锅底中捞出西瓜、丸子等食物。26日,火锅店工作人员表示,市监局来检查没有发现其他问题,问题锅底是新员工端错了。”新员工以为是给客人的,就端了过去,客人吃了几口。我们发现后带顾客去医院检查,没问题。“27日,店长表示已10倍赔偿顾客2280元,并对当晚消费免单,且新员工已不上班。(9月27日封面新闻)

有人认为该店员只是被推出来“背锅”的,有人表示此举难以接受,也有人觉得现在火锅店都是这样操作的,已经见怪不怪,并纷纷晒出了自己所遭遇的类似经历:从火锅里捞出来凭空出现的面条、鸭头、牛肚……本应只有汤底的锅里总是开出各式各样的“食品盲盒”。

类似事件层出不穷,“过滤上一桌客人吃剩的锅底后重新端上桌面”的现象也在不少火锅店悄无声息地出现,而此次事件无论是新员工真的不小心端错锅底还是店家有意为

之,餐饮行业所暴露出来的食品安全问题都值得引起更多重视。

食品安全无小事,每一粒米、每一道菜都关乎着人民的健康和安危。在餐饮行业火热发展的当下,生产者不应丧失食品安全的底线。店家为了降低成本而无视食品卫生问题,或是员工意识薄弱、操作不当,这些都会导致进入我们口中的食物存在隐患。无论是生产者还是经营者,从原料制作到端菜上桌的每一步都需要承担起应有的社会责任,保障食物诞生的每一道关卡都是干净、

卫生间。而当存在的问题被指出后,经营者所做的也不该是推锅给新员工、草草回应了事,而是要认真总结问题所在,规避下一次出现类似问题的可能。

保障食物符合安全标准、不二次回收使用餐品也是火锅店等餐饮行业维护自身店铺知名度和信誉度的重要保证,品牌对于餐饮行业的重要性有目共睹,一时贪心而违背法律要求和道德准则只会搬起石头砸自己的脚,并非长久之计。《食品安全法》规定,若商家生产不符合食品安全标准的食品

或者经营明知是不符合食品安全标准的食品,消费者除要求赔偿损失外,还可以向生产者或者经营者要求支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金。当消费者遇到不好的消费体验时,也要学会运用法律武器来维护自身的正当权益。

火锅等美食本身是让人们闲暇时刻放松自我、感到幸福和快乐的一种食物,莫让味蕾的享受变成健康的负担和安全的隐患。

■王桢

医生将红包充进患者账户, 善意之举应被更多人看见

9月21日,安徽合肥儿童医院的郭医生收下了患者家属送来的2000元红包,但他没有装进自己的兜里,而是转身就充进了患者账户,并表示每个患者都不容易,不能再雪上加霜。这一回应也随即冲上热搜,赢得了网友们的一片赞誉。(9月23日光明网)

“济世之道莫大于医”,医生自古以来就是一个高尚的职业,之所以被称为白衣天使,除了其帮助人们消灾解难、免除病痛外,还在于其拥有一颗“仁心”,悬壶济世、成风化人。当然这并不能一概而

论,再一尘不染的屋子也不能保证不被病菌侵袭,不学无术、坑蒙拐骗的庸医坑害患者的现象时有发生,但这并不能否定医生这一群体的贡献,其他职业亦是如此。报道中的郭医生便是医德高尚的代表,这样的医风应值得宣传与提倡,同时“塞红包”这一根植中国社会的败坏风气也应加以否定。

究其原因,医生或其他群体之所以会被塞红包,一是由于其自身品行败坏,“暗示”有求于己的人以索取酬劳,二是由于人们自身抱有“不塞红包,就不会安心办事”这样的传

统观念。对于第二种观念,应对的最好办法便是宣传典型人物,加强正面报道,构建起全新的认知观念,以改变人们根深蒂固的思想,让人们相信,即使不塞红包,医生也会全力救助患者。不止是报道中的郭医生,我们还需要更多的张医生、李医生、陈医生,只有更多仁心仁术的白衣天使为人所知,才能杜绝医疗系统中的“人情社会”,其他领域亦是如此。

然而,对于第一种勒索患者的现象,需要的则是法律的制裁。不仅仅是医疗行业,在教育、行政等领域的被迫

“塞红包”现象层出不穷。9月23日,据山东商报报道,江苏盐城一小学老师将收礼记录发到了家长群里引发关注,长长的“礼单”为教育事业蒙上了肮脏的面纱。“以教索贿”的现象与“以医索贿”并无二致,都是败坏风气、违法乱纪的不正之风。因此,对于这类行为,除了利用法律制裁,还应该加以报道,做到以儆效尤,让有贪污受贿想法的人不敢轻举妄动。

淡泊名利、为人民服务的先进典型之所以能为人所知,也要归功于群众之口。因此良好

的社会风气还需要善解人意、秉公执言的热心群众。“金杯银杯不如老百姓口碑,金奖银奖不如老百姓夸奖”,百姓的声音对于教育、医疗各个领域的清风正气十分重要,百姓说好才是真的好。因此,也不必忧虑不送“人情”便不能让对方认真办事,反馈投诉的声音会被听到,此类问题也会迎刃而解。更不必被迫妥协于他人的勒索,法律的制裁终不会迟到。我们要做的,就是为郭医生这样的清廉之士做宣传,让更多人看到这样的温暖之举。

■程博